

Reforma Tributária vai mudar a precificação das agências de comunicação e exige cinco ações imediatas

Especialista explica como a chegada do IBS e da CBS deve afetar a formação de preços, a margem de lucro e a gestão financeira das empresas de comunicação

A obrigatoriedade do preenchimento dos campos de IBS e CBS nos documentos fiscais eletrônicos, que entra em vigor em 3 de agosto de 2026, deve provocar mudanças que vão além da área tributária. Para empresas de serviços, como agências de publicidade, assessorias de imprensa, produtoras e negócios de comunicação, a nova etapa operacional da Reforma Tributária tende a influenciar a precificação dos serviços, a negociação de contratos, a margem de lucro e o planejamento financeiro.

Para Robson Araújo, contador, especialista em Direito Tributário, CEO da Smart-Solve, consultoria especializada em gestão financeira, contábil, fiscal, trabalhista e previdenciária para empresas de serviços, a Reforma Tributária altera a lógica de gestão das empresas e exige que empresários revisem decisões comerciais antes mesmo das novas regras estarem plenamente em vigor. “A discussão não deve ficar restrita ao imposto que será pago. O empresário precisa entender como a nova tributação afeta a formação do preço, a margem de contribuição e a rentabilidade dos contratos. Quem não fizer essa análise pode reduzir a lucratividade sem perceber”, afirma.

O momento é particularmente relevante para empresas do setor de serviços, que segundo o IBGE, o segmento de informação e comunicação acumula crescimento de 6,4% no volume de serviços em 2026 até abril, enquanto os serviços profissionais, administrativos e complementares também mantêm desempenho positivo, reforçando a importância econômica das empresas que atuam com publicidade, marketing, comunicação e consultoria.



Na avaliação do especialista, a mudança exige que as empresas deixem de tratar a precificação apenas como uma decisão comercial. O cálculo do valor de um contrato passa a depender também da estrutura tributária, dos custos operacionais e da capacidade de preservar margem de lucro durante a transição para o novo sistema.

“O empresário acostumou a calcular o preço considerando custos, despesas e concorrência. Agora será necessário incorporar a lógica tributária nessa equação. Em muitos casos, não será o imposto isoladamente que fará diferença, mas a forma como ele interfere na rentabilidade do negócio”, explica Robson.

Outro ponto que deve ganhar espaço nas empresas é a revisão dos contratos firmados com clientes. Modelos comerciais de longo prazo, reajustes automáticos e negociações fechadas antes da implementação das novas regras podem exigir reavaliação para evitar desequilíbrios financeiros.

Como as agências podem se preparar para a Reforma Tributária
Segundo o especialista em crescimento empresarial, a adaptação não deve

começar apenas quando as novas exigências fiscais estiverem em vigor. Para reduzir riscos financeiros durante a transição, algumas medidas podem ser adotadas desde já.

“O primeiro passo é revisar a formação de preços considerando a nova estrutura tributária, e não apenas os custos atuais. Também é importante mapear contratos de longo prazo, avaliar como a mudança pode afetar a margem de lucro e garantir que as áreas financeira, fiscal e comercial trabalhem de forma integrada. Empresas que deixam essas análises para a última hora tendem a perder previsibilidade e poder de negociação”, afirma Robson.

Na avaliação do executivo, cinco ações podem facilitar essa adaptação:

- revisar a forma como os serviços são precificados para garantir que a margem de lucro continue saudável;
- atualizar sistemas e processos para atender às novas exigências do IBS e da CBS;
- integrar as equipes financeira, fiscal e comercial para que as decisões sejam

tomadas com base nas mesmas informações;

- identificar quais serviços podem ser mais afetados pela nova tributação e calcular seus impactos antes de definir os preços;
- acompanhar indicadores de rentabilidade para medir como a Reforma Tributária afeta o resultado do negócio.

A nova tributação exige decisões conectadas

Segundo o executivo, esse movimento também amplia a necessidade de integração entre as áreas financeira, fiscal e comercial. “Durante muitos anos, essas decisões ficaram separadas dentro das empresas. Com a Reforma Tributária, precificação, planejamento tributário e estratégia comercial passam a fazer parte da mesma discussão. Quem integrar essas informações terá mais previsibilidade para crescer”, afirma.

A adaptação também representa uma oportunidade para fortalecer a gestão. Para o especialista, empresas que utilizarem esse período para revisar processos, indicadores financeiros e critérios de formação de preços tendem a enfrentar a transição com menor exposição a riscos e maior capacidade de preservar competitividade.

“Não é apenas uma mudança de legislação. É uma revisão da forma como a empresa toma decisões financeiras e comerciais. Quem aproveitar esse momento para estruturar a gestão poderá transformar uma obrigação tributária em uma vantagem competitiva”, conclui.

No competitivo mercado de eventos, o que sobressai é a conexão

Rodrigo do Carmo (*)

Durante muito tempo, o mercado de eventos foi pautado por uma lógica simples: impressionar

Quanto maior a estrutura, mais sofisticada a decoração e mais caro o buffet, maior parecia ser o sucesso de uma celebração. Essa realidade, porém, mudou. Hoje, o maior valor de um evento não está apenas no que se vê, mas no que se sente.

A chamada economia da experiência transformou profundamente o setor de eventos no Brasil. Em um tempo em que produtos e serviços se tornaram cada vez mais semelhantes, a diferença passou a estar na capacidade de criar conexões genuínas. As pessoas já não investem apenas em uma festa, mas em momentos que façam sentido, que despertem emoções e que permaneçam vivos na memória.

Essa mudança também alterou o comportamento dos profissionais. Não basta dominar a técnica ou entregar uma execução impecável. É preciso compreender histórias, identificar expectativas e construir experiências personalizadas. O sucesso de um evento deixou de ser medido apenas pela grandiosidade da produção e passou a ser percebido pelas emoções que desperta em quem participa.

Esse movimento fortaleceu um mercado mais humano. Celebrantes, cerimonialistas, fotógrafos, músicos, decoradores e tantos outros profissionais passaram a ocupar um papel estratégico: transformar desejos em experiências memoráveis. Cada detalhe ganhou significado, porque deixou de ser apenas um item da organização para se tornar parte da narrativa vivida pelos convidados.

Ao mesmo tempo, essa transformação elevou o nível de exigência do público. As pessoas valorizam autenticidade. Percebem quando um evento foi construído com intenção e quando apenas reproduz fórmulas prontas. A personalização deixou de ser um diferencial e passou a representar uma expectativa natural.

A economia da experiência não tornou os eventos mais caros. Tornou-os mais conscientes. O investimento deixou de estar concentrado apenas na aparência e passou a priorizar aquilo que realmente permanece após o encerramento da celebração: as lembranças, os sentimentos e as histórias que continuarão sendo contadas por muitos anos.

Toda essa transformação também trouxe uma importante lição aos profissionais do setor: quem deseja criar experiências memoráveis precisa aprender a ouvir antes de executar. A escuta atenta deixou de ser uma habilidade desejável para se tornar uma competência essencial. Não existe intenção sem compreensão. Somente quando conhecemos a história, os valores e as expectativas de cada cliente conseguimos criar algo que faça sentido para ele. No fim, personalizar não é fazer diferente por fazer. É fazer aquilo que verdadeiramente representa quem será protagonista daquela experiência.

No fim das contas, o maior patrimônio de um evento nunca foi sua estrutura. Sempre foi a capacidade de marcar pessoas. E, em um mercado cada vez mais competitivo, serão os profissionais capazes de transformar emoção em valor que continuarão fazendo a diferença.

(*) Celebrante, mestre de cerimônias, palestrante com mais de 17 anos de atuação no mercado e autor do livro “Celebrar com Excelência”

Colniza Colonização Comércio e Indústria Ltda

CNPJ nº 43.424.134/0001-42 - NIRE 35.201.076.828
Edital de Convocação para Reunião de Sócios

Ficam convocados os Srs. Sócios para reunião a ser realizada, no dia 17/08/2026, às 11hs, em 1ª convocação, na sede da Sociedade na Avenida Dr. Churci Zaidan, nº 80, bloco C, 4º andar, Vila Cordeiro, São Paulo, SP, CEP 04583-110, para discutir e deliberar acerca da seguinte ordem do dia: (i) Aceitação da Renúncia de Administrador, (ii) Permanência dos Demais Administradores, (iii) Outros assuntos de interesse da sociedade. São Paulo, 28/07/2026. **Administradores.**

EDITAL DE CONVOCAÇÃO
FORZA SANTO IRINEU SPE LTDA, CNPJ nº 52.135.974/0001-86, representada por ANGELO BELLIZZI, CPF 806.853.908-53, MAURO PAOLIELLO, CPF/MF 649.911.648-34, VICTOR ANTONIO BERTO DI FRANCESCO, CPF 418.845.738-43, CONVOCAM a comparecer na assembleia geral extraordinária designada para o dia 18 de agosto de 2026, na Rua Costa Aguiar, 1646, Ipiranga, São Paulo/SP, a fim de deliberar sobre a retirada do sócio minoritário por justa causa LUCCA GIOVANNI ALMEIDA SOCCI (art. 1085, CC) e a não aceitação de duas herdeiras do sócio falecido LUIZ CARLOS VILLAVEDE JUNIOR, RG 15.895.828 SSPSP e CPF 092.568.858-40. Desta forma convoca para comparecimento na assembleia acima designada LUCCA GIOVANNI ALMEIDA SOCCI, brasileiro, natural de São Paulo/SP, economista, solteiro, maior, portador da cédula de identidade RG nº 50.220.544-1 SSPSP, inscrito no CPF/MF sob o nº 385.434.858-18, residente e domiciliado no Município de Ribeirão Preto, Estado de São Paulo, na Rua Adalberto Pajubá, nº 957, Bloco B, Apt. 11, Sumaré/SP, CEP. 14055-220 (sócio que será dispensado por justa causa, art. 1.085, CC) e as duas herdeiras do sócio falecido LUIZ CARLOS VILLAVEDE JUNIOR, herdeira: ISABELA ARAUJO VILLAVEDE, brasileira, solteira, médica, RG. 36.301.320-9 SSP-SP e CPF. 383.862.958-21, domiciliada nesta Capital, onde reside na Rua Menaldo Rodrigues, 44, Jardim Luzitânia e a herdeira: GABRIELA ARAUJO VILLAVEDE, brasileira, solteira, engenheira, RG. 33.851.907-5 SSP-SP e inscrita no CPF 383.862.938-88, domiciliada nesta Capital, onde reside na Rua Menaldo Rodrigues, 44, Jardim Luzitânia (não aceitação na sociedade). São Paulo, 28 de julho de 2026. K-29w3007

O JORNAL CERTIFICA

AS PUBLICAÇÕES LEGAIS

COM PONTUALIDADE E

TRANSPARÊNCIA, CUMPRINDO

AS NORMAS JURÍDICAS.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.





PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/F1C4-D955-AEB6-D239> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: F1C4-D955-AEB6-D239



Hash do Documento

C09087426F6AE42619022C60C4450E511284B11F4F9F8AEC1BE3D56B14343354

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 29/07/2026 é(são) :

- ☒ Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 29/07/2026 20:01 UTC-03:00
- Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.5

AC: AC Certisign RFB G5

